

CoSMo

Comparative
Studies
in Modernism

N. 10 • 2017 | 2281-6658



IL CIBO DEGLI UMANISTI

a cura di *Massimo Bonifazio*
e *Daniela Fargione*



CoSMo Comparative Studies in Modernism
n. 10 (Spring) • 2017

COMITATO DI DIREZIONE

Direttore responsabile

Maria Teresa GIAVERI, *Università di Torino*

Direttori editoriali

Giuliana FERRECCIO, *Vicedirettore, Università di Torino*

Franca BRUERA, *Università di Torino*

Roberto GILODI, *Università di Torino*

Pier Giuseppe MONATERI, *Università di Torino*

Federico VERCELLONE, *Università di Torino*

JOURNAL MANAGERS

Chiara LOMBARDI, *Università di Torino*

Luigi MARFÈ, *Università di Torino*

Alberto MARTINENGO, *Università di Milano*

Roberto MERLO, *Università di Torino*

Daniela NELVA, *Università di Torino*

COMITATO DI REDAZIONE

Mauro BALESTRIERI, Miriam BEGLIUMINI, Krizia BONAUDO,
Alice GARDONCINI, Davide GIANTI, Valeria MARINO, Leonardo NOLÉ,
Diana OSTI, Salvatore SPAMPINATO

COMITATO SCIENTIFICO

Elena AGAZZI, *Università di Bergamo*

Ann BANFIELD, *University of California, Berkeley*

Olaf BREIDBACH, *Universität Jena* †

Jens BROCKMEIER, *The American University of Paris*

Nadia CAPRIOGLIO, *Università di Torino*

Andrea CAROSSO, *Università di Torino*

Daniela CARPI, *Università di Verona*

Melita CATALDI, *Università di Torino*

Remo CESERANI, *Stanford University* †

Anna CHIARLONI, *Università di Torino*

Gaetano CHIURAZZI, *Università di Torino*

Cristina COSTANTINI, *Università di Perugia*

Enrico DE ANGELIS, *Università di Pisa*

Alexander ETKIND, *European University Institute, Florence*

Daniela FARGIONE, *Università di Torino*

Elio FRANZINI, *Università di Milano*

Massimo FUSILLO, *Università dell'Aquila*

Sergio GIVONE, *Università di Firenze*

William MARX, *Univ. Paris Ouest Nanterre La Défense*

Manfred PFISTER, *Freie Universität, Berlin*

Chiara SANDRIN, *Università di Torino*

Gianni Carlo SCIOLLA, *Università di Torino*

EDITORE

Università di Torino – Centro Studi “Arti della Modernità”
c/o Dipartimento di Studi Umanistici
Via S. Ottavio 20, 10124 Torino
<http://centroartidellamodernita.it/>

CONTATTI

sito web: <http://www.ojs.unito.it/index.php/CoSMO/>
e-mail: cosmo@unito.it
© 2011 Centro Studi “Arti della Modernità”
ISSN: 2281-6658

SOMMARIO

FOCUS • IL CIBO DEGLI UMANISTI

- 7 MASSIMO BONIFAZIO
Introduzione
Il cibo degli umanisti
- 15 GIOVANNI ABBATE DAGA E CECILIA NICOLOTTI
Alimentazione: dalla fisiologia all'inconscio
Una prospettiva neuroscientifica accompagnata da immagini letterarie
- 33 SIMONA STANO
L'alimentazione tra natura e naturalismi
Riflessioni semiotiche sulla dieta mediterranea
- 51 DAVIDE PORPORATO E GIANPAOLO FASSINO
Operai, fabbriche e cibo: storie di gastronomie precarie
- 69 MAEVA BARRIÈRE
L'aliment humaniste comme chair d'une œuvre d'art
- 85 GIOVANNA BELLESIA-CONTUZZI
Comfort Food, Acquired Taste, and Fusion Cuisine
A Migrant Journey
- 99 MASSIMO BONIFAZIO
"Le mani in mezzo al cibo, tutte mani cortesi"
Tre pasti solidali in Ingeborg Bachmann, Günter Grass e Friedrich Dürrenmatt
- 121 DANIELA FARGIONE
Ethical Discourses on Food and Environment in Contemporary American Literatures

PERCORSI

- 137 DOMINGO HERNÁNDEZ SÁNCHEZ
Lo sguardo silenzioso degli oggetti
Saggi e utopie
- 149 ROBERTO GILODI
Aspetti della teoria del saggio in Walter Benjamin e Theodor W. Adorno
- 157 LEONARDO NOLÉ
Romanzi di racconti
La letteratura americana e la costruzione di comunità: il caso di In Our Time di Ernest Hemingway

LETTURE

- 179 DAVIDE SISTO
La filosofia del Post-umano
Una lettura critica di Il Postumanesimo Filosofico e le sue Alterità di F. Ferrando
- 191 SERENELLA IOVINO
I racconti della diossina
Laura Conti e i corpi di Seveso
- 215 AUTORI E AUTRICI DI QUESTO NUMERO

FOCUS

IL CIBO DEGLI UMANISTI

A cura di
Massimo BONIFAZIO e Daniela FARGIONE

SIMONA STANO

L'ALIMENTAZIONE TRA NATURA E NATURALISMI

Riflessioni semiotiche sulla dieta mediterranea

ABSTRACT (*Food Between Nature and Naturalisms: Semiotic Reflections on the Mediterranean Diet*) Although food is a form of material culture, most present-day texts, discourses, and practices seem to stress a supposed “naturalness” inherent to food systems. Such naturalness is generally conceived as both the praise of everything that opposes artificiality and a return to an original and idyllic past, namely a “tradition” crystallised in “authentic” recipes, “typical” restaurants, etc. Responding to the urgency of enhancing the academic debate on these issues, this paper analyses the relevant case of the “Mediterranean diet,” mainly by adopting a semiotic approach centred on the processes of globalisation and hybridisation that have affected food in the last decades, with important implications on the grammars, syntaxes, and pragmatics of systems that, instead, tend to be subjected to a process of “crystallisation” denying such dynamism.

KEYWORDS Mediterranean Diet, Nature, Naturalisms, Material Culture, Semiotics

Introduzione

Insieme all'abbigliamento, ai manufatti urbani e ad altri aspetti della vita quotidiana, il cibo rappresenta non solo uno dei bisogni primari dell'umanità, ma un vero e proprio sistema di comunicazione (Barthes 1961) e di espressione dell'identità socioculturale (Lévi-Strauss 1965; Montanari 2006; Stano 2015a; 2015b). Come ogni altra forma di cultura materiale, l'alimentazione presenta indubbiamente una dimensione “materiale,” che la àncora a determinati limiti di natura biologica e fisica (Harris 1985). D'altra parte, essa è intrinsecamente legata a dinamiche di ordine sociale e culturale, che ne definiscono sistemi, usi e costumi. In altri termini, non vi è né può esservi alcun sistema alimentare “naturale,” né tantomeno “universale” (Volli 2015).

Nondimeno svariati testi, discorsi e pratiche sembrano richiamare sempre più insistentemente una presunta “naturalità” del sistema alimentare,¹ intesa nel doppio

¹ Nell'ambito del panorama alimentare la “natura” ha da sempre costituito un valore fondamentale, su cui sono venute a innestarsi opposizioni quali “non elaborato” vs “elaborato” (Lévi-Strauss 1965), “nostrano” vs “esotico”, “artigianale” vs “industrializzato”, ecc.; d'altra parte, con l'avvento della

senso di un forte radicamento a “tutto ciò che s’oppona all’artefatto, al costruito, [...] all’artificiosità delle forme” (Marrone 2011, 6) e di un ritorno a un edenico passato originario, a una tradizione cristallizzata in ricette “autentiche,” ristoranti “tipici,” ecc. (Stano 2015d; Leone 2016; Sedda 2016).

Muovendo dalla consapevolezza della necessità di approfondire il dibattito accademico su tali aspetti, i paragrafi che seguono si propongono di analizzare simili dinamiche facendo riferimento a un caso di studio particolarmente significativo, eppure non ancora sufficientemente indagato: la cosiddetta “dieta mediterranea.”² Più specificamente, si proporranno nel seguito alcune considerazioni di ordine generale sulla genesi e lo sviluppo di tale regime dietetico, per poi passare all’analisi semiotica di alcuni casi di studio relativi all’immaginario collettivo che lo concerne, al fine di individuare le principali isotopie che lo caratterizzano e gli effetti di senso che ne scaturiscono.

La genesi della dieta mediterranea e il paradigma scientifico

La dieta mediterranea ebbe origine in ambito scientifico, sulla scia di alcune ricerche mediche (Keys e Keys 1975; Keys 1980): dopo alcuni studi pilota in Italia, Spagna, Giappone, Finlandia e Grecia, il fisiologo americano Ancel Keys lanciò, nel 1958, il *Seven Countries Study* con il fine di indagare i legami tra determinate patologie cardiovascolari e gli stili di vita abituali dei paesi coinvolti. Identificò in questo modo una stretta correlazione tra la bassa incidenza di malattie cardiocircolatorie presso gli abitanti di alcune aree geografiche (in particolare il Cilento, in Italia) e uno specifico modello nutrizionale, per lo più definito dall’uso di determinati ingredienti e da particolari tecniche di preparazione delle pietanze. Fu questa l’origine della cosiddetta “dieta mediterranea”: un regime alimentare caratterizzato da un elevato consumo di pane, legumi, ortaggi, frutta e grassi insaturi, un consumo moderato di pesce e un basso apporto di latticini e carne (Keys 1980; Nestle 1995). In *Eat Well and Stay Well* (Keys e Keys 1959) e *How to Eat Well and Stay Well, the Mediterranean Way* (Keys e Keys 1975), alle raccomandazioni sugli ingredienti “sicuri” per la salute umana si aggiunsero informazioni maggiormente dettagliate sulle tecniche più appropriate e salubri da utilizzare in cucina. Nel 1993, infine, riprendendo le osservazioni di Keys, la *Harvard School of Public Health*, in collaborazione con l’associazione no-profit *Oldways* e l’Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), progettò la “piramide della dieta mediterranea,” un modello visivo esemplificativo volto a formalizzare e illustrare i principi cardine di tale regime alimentare, specificando modalità e frequenza di assunzione di diversi cibi. Dalla prima versione, consistente per lo più in indicazioni espresse mediante il codice linguistico, si è progressivamente giunti a modelli

cosiddetta “gastromania” (Marrone 2014), il fenomeno della ricerca della “naturalità” ha assunto nuove dimensioni, imponendosi su scala globale.

² Alcune osservazioni preliminari – qui riviste e ampliate – su tale caso di studio sono contenute in Stano 2015c.

prettamente iconografici e di più rapida e semplice lettura, che hanno altresì inglobato al proprio interno le scoperte e innovazioni sviluppate nel corso del tempo.³ Molto interessante, inoltre, è la rielaborazione della piramide ad opera di alcune associazioni ed équipe di ricercatori e medici: il modello proposto dalla *Fundación Dieta Mediterránea*, ad esempio, integra efficacemente – tanto a livello verbale quanto a livello visivo – prescrizioni riferite all'assunzione di cibo con indicazioni sull'attività fisica e fattori di ordine socio-culturale (quali la convivialità, la gastronomia, ecc.), riflettendo alcune delle variazioni cruciali che hanno interessato la dieta mediterranea e la sua stessa definizione (come si analizzerà più specificamente nel paragrafo che segue).⁴

L'inserimento nella lista UNESCO e il paradigma culturale

In seguito alla “scoperta” di Keys, l'interesse per la dieta mediterranea è cresciuto esponenzialmente, valicando i confini della semplice definizione di regole salutari disciplinanti l'alimentazione per abbracciare altresì i risvolti sociali e culturali del particolare “stile di vita” che è venuto a identificarsi con tale denominazione. Emblematica, in questo senso, è la genealogia del riconoscimento della dieta mediterranea come patrimonio culturale dell'UNESCO: la prima proposta presentata all'agenzia delle Nazioni Unite nel 2008 fu respinta. Tra le ragioni del rifiuto, l'UNESCO segnalò che la definizione di dieta mediterranea fornita nella domanda presentata da Spagna, Italia, Grecia e Marocco era limitata a criteri di ordine nutrizionale e trascurava gli aspetti antropologici e culturali legati all'alimentazione, non permettendo pertanto di applicare correttamente tale modello all'ampio e variegato contesto cui si faceva riferimento. Solo nel 2010, dopo una ridefinizione sostanziale, la dieta mediterranea venne inclusa nella Lista Rappresentativa del Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità, per poi essere estesa, nel 2013, anche a Portogallo, Croazia e Cipro. Ciò che rese possibile simile riconoscimento e la sua successiva estensione fu proprio l'inclusione di elementi socio-culturali nella sua definizione: come riporta il dossier delle Nazioni Unite (UNESCO 2013), la dieta mediterranea è un insieme di conoscenze, pratiche, rituali, tradizioni e simboli legati all'agricoltura, alla pesca e all'allevamento, nonché alla conservazione, trasformazione, preparazione, condivisione e consumo di alimenti. Una definizione che rievoca apertamente la celebre descrizione di cultura elaborata da Edward B. Tylor (1871) –

³ Le diverse versioni (1993, 2000, 2008/2009) della piramide sono disponibili sulla pagina web ufficiale di Oldways (<http://oldwayspt.org/history-mediterranean-diet-pyramid>, ultima consultazione 9 giugno 2017), dove sono anche descritte le diverse integrazioni effettuate nel corso del tempo (come l'aggiunta delle spezie ed erbe aromatiche, o l'aumento delle porzioni settimanali di pesce).

⁴ La versione italiana della piramide elaborata dalla *Fundación Dieta Mediterránea* è disponibile sulla pagina web dell'ente: http://dietamediterranea.com/piramidedm/piramide_ITALIANO.pdf, ultima consultazione 9 giugno 2017.

“quell’insieme complesso che include la conoscenza, le credenze, l’arte, la morale, il diritto, il costume e qualsiasi altra capacità e abitudine acquisita dall’uomo come membro di una società” –, non riferendosi esclusivamente al clima e alla conformazione geografica peculiare che caratterizza la regione del Mediterraneo (determinandone in certa misura l’alimentazione), ma includendo altresì le interazioni sociali e i valori culturali inerenti al sistema alimentare, ovvero le pratiche e conoscenze condivise dalla popolazione e tramandate di generazione in generazione (Moro 2014, 96-98). Ne consegue il passaggio da una concezione prettamente *materiale* della dieta mediterranea, incentrata sui suoi effetti sull’organismo umano, a una visione più marcatamente *culturale*, che si interessa all’alimentazione in quanto vera e propria “forma di vita” (Fontanille 1993), ossia un insieme di rituali, operazioni simboliche e pratiche di espressione del gusto – termine che, significativamente, fa riferimento tanto al senso specifico per mezzo del quale riconosciamo e controlliamo il sapore delle sostanze introdotte nel cavo orale, quanto, per estensione, alla sensibilità del buono e del bello, ovvero alle nostre preferenze o apprezzamento per ciò che ci circonda (Stano 2015a; in stampa; Landowski e Fiorin 1997; Perullo 2008).

Secondo Keys, la dieta mediterranea rappresenta “un colpo di fortuna della natura” (1975), ovvero un dono che madre natura avrebbe elargito agli abitanti di regioni specifiche sotto forma di prodotti alimentari salutari. In simile prospettiva, tali prodotti sono intesi principalmente come “sostanze nutritive,” dunque lodati per le loro capacità nutrizionali, secondo ciò che Jean-Marie Floch (1990) avrebbe descritto in termini di una *valorizzazione pratica*:⁵ a essere esaltato è in questo caso il valore d’uso degli alimenti (come ben mettono in evidenza i modelli della piramide alimentare creati per descrivere la dieta mediterranea), la cui assunzione rende accessibile il conseguimento del valore di base della salute. Al contrario, la definizione diffusa dalle Nazioni Unite suggerisce una *valorizzazione utopica*, poiché concepisce il cibo come vero e proprio elemento di identificazione ed espressione socio-culturale. Da una prospettiva leggermente diversa, questa stessa opposizione può essere descritta facendo riferimento alla teoria dei regimi discorsivi elaborata da Guido Ferraro (1998):⁶ se il *Seven Countries*

⁵ Proiettando la distinzione tra *valori d’uso* (o utilitaristici) e *valori di base* (o esistenziali) descritta da Greimas e Courtés (1979) su un quadrato semiotico, Jean-Marie Floch (1990) individua quattro “valorizzazioni” di base: nella *valorizzazione pratica* l’accento è posto su valori d’uso come il comfort, la maneggevolezza, l’affidabilità, ecc.; la *valorizzazione utopica* enfatizza invece valori esistenziali come la vita, l’identità, la libertà, ecc.; la *valorizzazione ludica* o *estetica* si ha in caso di negazione dei valori d’uso, e mette in risalto i caratteri di gratuità, lusso, raffinatezza, ecc.; infine, la *valorizzazione critica*, che rappresenta la negazione di quella utopica, corrisponde a una logica di calcolo e interesse, come nel caso del rapporto costi/benefici o qualità/prezzo.

⁶ In ogni racconto è possibile individuare due piani narrativi: il piano soggettivo, dato dal percorso individuale di crescita compiuto dal soggetto; e quello oggettivo, incentrato sui valori socialmente riconosciuti. Ne *Il mercato dei desideri* (1998), Guido Ferraro confronta la tensione tra questi due piani con l’asse “relativo” vs “assoluto,” individuando in questo modo quattro posizioni o *regimi discorsivi*. Il

Study si basa principalmente su un *regime causale*, poiché pone l'accento su fatti oggettivi, richiamando una logica per cui *ciò che si fa* (mangiare in modo sano) *definisce ciò che si è* (persone sane), la definizione dell'UNESCO rinvia piuttosto a un *regime posizionale*, secondo una logica per cui *ciò che si è* (un abitante del Mediterraneo) *determina ciò che si fa* (condividere una serie di conoscenze e tradizioni che consentono una vita sana e una convivenza interculturale).

La dieta mediterranea nell'immaginario collettivo contemporaneo

Definito il contesto entro cui è nata e si è sviluppata la dieta mediterranea, è particolarmente interessante riflettere sull'immaginario collettivo che la concerne, al fine di comprendere come le definizioni e i paradigmi sopra menzionati si riflettano in specifici discorsi (con particolare riferimento ai mezzi di comunicazione di massa e ai cosiddetti nuovi media) e promuovano determinati valori ed effetti di senso legati al sistema alimentare.⁷ Nello specifico, i paragrafi che seguono prenderanno in considerazione alcuni casi di studio particolarmente significativi riferiti al contesto che diede origine all'intuizione di Ancel Keys: l'Italia.

regime causale fa riferimento a quei soggetti che basano le proprie azioni su una serie di cause ed effetti: ciò che conta sono i fatti oggettivi, cosicché il fare determina l'essere. È questo lo spazio in cui regnano la praticità e la dimostrabilità. Il secondo regime è quello *posizionale*, in cui il soggetto è dominato dall'essere, poiché per lui "si fa ciò che si è." Questo è il quadrante della tradizione e dei ruoli socialmente riconosciuti. Il terzo regime discorsivo è definito *prospettico*, e riguarda chi non accetta alcuna definizione esterna o ruolo socialmente riconosciuto, agendo esclusivamente in base al proprio modo di essere e sentire. Il regime *multiprospettico* è quello che Ferraro attribuisce al seduttore, cioè a colui che riesce a essere per gli altri ciò che essi vogliono che sia, giacché la seduzione è un "processo sostanzialmente interpretativo, che consiste nel captare i desideri dell'altro e introdursi nei suoi programmi narrativi quale oggetto di valore." Questo non sottintende la mancanza di valori propri, ma piuttosto la padronanza di "metavalori": i "valori di base" dei singoli soggetti, diventano per il soggetto multiprospettico "valori d'uso" nell'intento di raggiungere quel fine più alto che è il suo oggetto di valore.

⁷ Il termine immaginario collettivo è qui utilizzato per far riferimento a quel deposito socialmente condiviso di immagini – o, più in generale, figure – che comprende parte di un'*enciclopedia* culturale (Eco 1975; 1979; 1984) e si struttura secondo la duplice dimensione di un *immaginario interno*, concepito come "schema culturale per la produzione di immagini e figure" (Volli 2011, 35), e un *immaginario esterno* o *istituzionale*, inteso come "sistema materiale di produzione e conservazione d[i] tali immagini" (*ibid.*). Diversi studiosi hanno indagato questo termine e i suoi significati, che non sono facili da definire (in particolare, Leone 2011).

1. Il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e lo spot di Nicola Paparusso

Nel 2013 il Ministero italiano delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali decise di celebrare l'inserimento della dieta mediterranea nella Lista Rappresentativa del Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità con uno spot commissionato a Nicola Paparusso.⁸ Sin dai primi fotogrammi in bianco e nero (Fig. 1) emerge con chiarezza l'isotopia tematica della *tradizione rurale*: la prima sequenza mostra un carro trainato da un cavallo che trasporta, attraverso una soleggiata stradina di campagna, una giovane donna, insieme al proprio marito e al figlio. La sequenza successiva introduce una forte opposizione, mettendo in scena un veicolo militare (“modernità” vs “tradizione”) che attraversa lo stesso scenario. Nell'incontrare un giovane ragazzo in un campo di ulivi (esplicito rimando alla vegetazione caratteristica della zona mediterranea) adiacente alla strada, i due soldati americani alla guida dell'auto si fermano per chiedergli, in un italiano stentato, dove possano recarsi per degustare un piatto di maccheroni e del vino: “Hey boy! Come on, come on... we mangiare maccheroni...vino, vino.” Il giovane risponde con uno dei più comuni gesti paraverbali stereotipatamente attribuiti alla cultura italiana, esprimendo in questo modo la propria incapacità di comprenderli e rinviando simbolicamente alla sostanziale incompatibilità tra le due semiosfere (Lotman 1985) che i personaggi in scena rappresentano. A questo punto il ritmo animato di *In the Mood* di Glenn Miller, con cui si apriva lo spot, fa spazio a *Mambo Italiano* di Dean Martin, i cui primi versi, cantati da un coro, ricordano l'acustica tipica dei canti popolari e marcano un riferimento esplicito al contesto italiano – e nello specifico campano – mediante il testo (“A boy went back to Napoli because he missed the scenery / The native dances and the charming songs”).



Figura 1. Inquadrature dallo spot di Nicola Paparusso (2013) – Parte iniziale

⁸ Disponibile al link <http://www.nicolapaparusso.it/2016/09/22/spot-dieta-mediterranea/>, ultima consultazione 9 giugno 2017.

Segue una serie di sequenze che ritraggono una giovane donna ballare con un'anziana signora, poi un aratro che solca il terreno e, infine, la giovane coppia dell'inizio che corre felice attraverso un campo di grano. A questo punto la macchina da presa si sposta su alcuni ortaggi e frutti, posati su una grande tavola imbandita, per essere poi catturata dalla danza sensuale di un'altra coppia di giovani protagonisti, i cui movimenti armoniosi reinterpretano in chiave ludica i riti alimentari tradizionali (dall'apparecchiare la tavola alla spremitura dell'uva con i piedi, come era d'uso nelle società della tradizione rurale italiana).

All'improvviso riappare sullo schermo uno dei soldati americani mostrati in apertura, ritratto mentre si avvicina alla giovane donna che balla sull'uva per offrirle una mela (il frutto del peccato?). Lei gli fa l'occhiolino e prende il frutto, ma poi lo respinge, appena un momento prima che un altro giovane uomo a torso nudo (i cui abiti rivelano l'identità rurale locale), senza chiederle o offrirle nulla, la sollevi dalla botte su cui sta pigiando l'uva a piedi nudi e la porti con sé per continuare tale danza insieme.

A questo punto, la colonna sonora subisce una variazione, riproponendo il brano precedente, *Mambo Italiano*, in una versione più recente a opera di Flabby e Carla Boni. Allo stesso tempo, la policromia invade la scena e una serie di inquadrature riferite a diversi contesti culturali (quali l'Asia, la Francia e gli Stati Uniti) si alternano in dissolvenza sullo schermo (Fig. 2). Si giunge così alla sequenza finale, in cui il medesimo bambino che apriva lo spot (adesso anch'egli a colori) serve, in un ristorante moderno, un piatto di "maccheroni" al soldato americano, ora in abiti civili. Lo schermo si fa quindi totalmente nero per ospitare il messaggio conclusivo, scritto in caratteri tipografici bianchi: "DIETA MEDITERRANEA – AMBASCIATRICE DELLA SALUTE NEL MONDO." Infine, la bandiera italiana e il nome del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali sopraggiungono a legittimare l'intero messaggio.



Figura 2. Inquadrature dallo spot di Nicola Paparusso (2013) – Parte conclusiva

“Qui” e “altrove,” locale e globale, passato e presente vengono in un primo momento radicalmente opposti tanto a livello visivo (monocromia vs policromia), quanto uditivo (folclore vs reinterpretazione in chiave moderna) e di montaggio (che

da lento e lineare si fa sempre più complesso e ritmato), mostrandosi propensi a originare incomprensione e incomunicabilità – come illustra in modo esemplificativo, sul versante figurativo, il gesto dell'infante descritto in precedenza. D'altra parte, queste stesse dimensioni paiono trovare in chiusura un punto di contatto nella dieta mediterranea, la quale viene dunque presentata non solo come insieme di cibi salutari e benefici, ma anche – e soprattutto – come un vero e proprio “stile di vita.” In termini flochiani, è dunque evidente una valorizzazione utopica, basata sulla contrapposizione tra identità locale e alterità globale. Per certi aspetti, è inoltre possibile rinvenire una valorizzazione ludico-estetica, che trova espressione in modo particolare nella fusione dei rituali alimentari con l'appassionata danza dei giovani personaggi ritratti. Il tema della salute, esplicitato dal linguaggio verbale solo in chiusura, è incarnato dalla tonicità e dalla bellezza dei personaggi italiani, secondo un'idea di “forma” (Boutaud 2013) che appare in netto contrasto con la goffaggine che caratterizza il soldato americano (anch'egli muscoloso, ma non dotato della leggiadria e della grazia “innata” agli altri personaggi). È proprio tale forma a permettere a donne e uomini del “qui” rurale di prendere parte alla danza sensuale e armoniosa che incarna l'identità italiana, da cui rimangono invece esclusi coloro che appartengono all’“altrove” globale. Ecco quindi che si palesa un'idea di salute basata non tanto sul valore nutrizionale dei prodotti alimentari – i quali, di fatto, rimangono sullo sfondo dello spot, “con-fondendosi” con la dimensione rituale e ludica entro cui sono inseriti –, bensì sull'identità, sulla natura, sulla tradizione. Dal punto di vista dei regimi discorsivi descritti da Ferraro, pertanto, la prima parte dello spot si caratterizza secondo un regime posizionale, in cui il fare (partecipare alla danza armoniosa) dipende dall'essere (un abitante della campagna mediterranea), senza alcuna eccezione. D'altra parte, la fine dello spot celebra l'inclusione, abbracciando un regime multiprospettico per mezzo di specifiche figure (quali gli ideogrammi, la Torre Eiffel e la Statua della Libertà) e formanti plastici (come la policromia).

2. La dieta mediterranea a EXPO 2015

La dieta mediterranea non poteva mancare a EXPO 2015 “Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita,” esposizione universale dedicata all'alimentazione nei suoi molteplici aspetti: dalla sostenibilità delle pratiche agricole alla *haute cuisine*, dalle tradizioni culinarie ai disturbi alimentari, ecc.



Figura 3. Inquadrature dallo spot “La dieta mediterranea,” RAI (2015) – Parte iniziale

2.1. Lo spot RAI per EXPO 2015

In particolare, il servizio televisivo pubblico RAI decise di realizzare in occasione dell'esposizione universale lo spot "La dieta mediterranea."⁹

Le prime scene dell'annuncio mostrano un ambiente naturale simile a quello descritto nel caso precedente: l'immagine di un insetto che si posa su una foglia di lattuga segue quella di un aratro che solca il terreno, per lasciare infine spazio a una mano in età avanzata che taglia un grappolo d'uva e un'altra che raccoglie un pomodoro (Fig. 3). Allo stesso tempo, la voce fuori campo (appartenente, in termini genetiani, a un narratore eterodiegetico, con un marcato *débrayage* che caratterizza l'intero testo per suggerire un punto di vista esterno e oggettivo) recita: "Nella Campania povera del dopoguerra, il medico americano Ancel Keys nota un fatto singolare: i contadini che fanno una vita dura e mangiano una grande quantità di frutta e ortaggi, oltre a pane, pasta, pesce e pochissima carne, hanno un cuore più sano dei ricchi borghesi napoletani dalla dieta molto più ricca."

A questo punto sopraggiunge un'infografica (Fig. 4) per chiarire meglio il concetto alla base del messaggio trasmesso: se frutta e verdura corrispondono a un cuore pulsante che diventa via via più grande, carne e salumi vengono piuttosto associati a un cuore spezzato. In parallelo, il narratore chiarisce: "La stessa cosa la osserva nel resto del nostro Sud e in Grecia. Nel 1975, con un libro che diventa subito un best seller, Keys annuncia al mondo le virtù della dieta mediterranea. Nel 2010 viene persino riconosciuta dalle Nazioni Unite come patrimonio immateriale dell'umanità." Ecco quindi che la telecamera si sposta dallo sfondo rurale alla realtà metropolitana, mostrando la sede delle Nazioni Unite e in seguito l'interno di un ristorante. Il ritmo rilassato caratteristico dei luoghi e dei soggetti che popolavano la prima parte dello spot subisce allora una forte accelerazione, portando ai movimenti frenetici dei camerieri, appena visibili, che attraversano lo spazio della modernità.

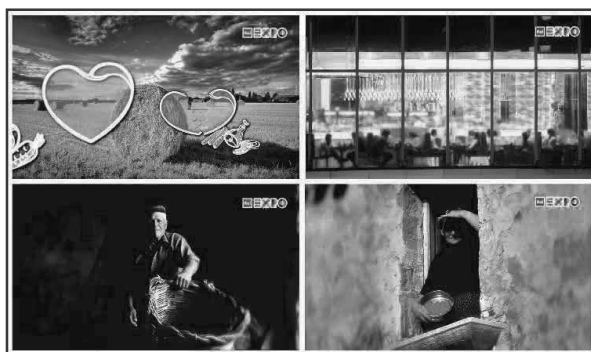


Figura 4. Inquadrature dallo spot "La dieta mediterranea," RAI (2015) – Parte centrale

⁹ Disponibile al link <http://www.expo.rai.it/non-sola-salute-vive-dieta-mediterranea-expo/>, ultima consultazione 9 giugno 2017.

È qui che la voce fuori campo rende esplicita la questione cruciale che anima lo spot: “La dieta mediterranea, insomma, si è globalizzata, ma la seguono soprattutto quei salutisti che si possono permettere vegetali freschi e pesce, piatti ben cucinati e ore di sport alla settimana.” Dopo i salutisti, entrano in scena le minacce del presente: a livello figurativo (Fig. 5), la mano di un bambino “ruba” una mela (qui usata come simbolo di salute) da quella di un’anziana signora (che simboleggia la tradizione); a livello sonoro, il linguaggio verbale sancisce la fine della dieta mediterranea: “Lì dove è nata, invece, non esiste quasi più.” Una nuova infografica sopraggiunge quindi a illustrare meglio il problema, insieme al narratore onnisciente: “I consumi di ortaggi e frutta scendono anno dopo anno, e aumentano quelli dei cibi spazzatura. Oggi, proprio in Campania, quasi una persona su due è sovrappeso, e una su dieci è obesa.” Si fa inoltre ricorso alla figura retorica dell’ironia per rinforzare tale idea: un uomo obeso in tutù rosa fatica a rimanere in equilibrio mentre prova a ballare (un riferimento alla danza armoniosa dello spot precedente?). Infine, si chiarisce – con toni provocatori – che il problema non è limitato alla sola Campania, ma riguarda una realtà ben più ampia: “E il resto del Sud, come la Grecia, non sta molto meglio. La dieta mediterranea tornerà mai a casa?”



Figura 5. Inquadrature dallo spot “La dieta mediterranea”, RAI (2015) – Parte finale

È interessante notare come, in questo caso, l’attenzione sia posta principalmente sugli effetti salutari della dieta mediterranea, derivanti dal suo fondarsi su prodotti alimentari naturali e pratiche tradizionali (prima parte), ma anche su un allenamento fisico costante (seconda parte). Se nelle società del passato rurale, infatti, la salute era una caratteristica “connaturata” a tutti gli abitanti della zona mediterranea – come ben esprimono le figure sorridenti e quiete degli uomini e delle donne ritratte –, nelle società attuali della globalizzazione, al contrario, essa richiede uno specifico fare (l’attività fisica), in mancanza del quale si manifesta la “deformazione” (Boutaud 2013). Tale variazione rivela una valorizzazione pratica della dieta mediterranea, associata a un regime causale: il “modo mediterraneo,” con tutti i benefici che ne derivano, non è più legato all’appartenenza geografica o culturale (cioè a un “essere” inerente alla natura umana di alcuni soggetti), bensì alla volontà (il “fare”) di pochi individui (i salutisti che praticano sport e non soccombono al “cibo spazzatura”). Il riferimento cardine è quindi

alla figura tematica della “misura” (centrale per il discorso dietetico, cfr. Stano 2014), che rievoca il nesso tra moderazione alimentare (livello materiale) e grandezza morale (livello culturale) descritto da Shapin:

Manners and medicine do not seem, on the surface of things, to have much to do with each other. [...] Yet there is an overlap in substance between the two genres, and it is a telling one: that which was considered dietetically food *for* you was also accounted *morally* good. The relationship between the medical and the moral was not merely metaphorical; it was constitutive. In doing what was good for you, you were doing what was good: materially constituting yourself as a virtuous and prudent person, giving symbolic public displays of how virtuous and prudent persons behaved. (Shapin 2003, 22-23)

Una connessione la cui necessità è presentata come conseguenza diretta e ineliminabile della globalizzazione, con particolare enfasi su un'ulteriore dimensione essenziale connessa alla dieta mediterranea – e, più in generale, all'alimentazione: le dinamiche politiche e socio-economiche.



Figura 6. La risposta di laDietaMediterranea.eu allo spot RAI (2015) – Parte finale

Pur condividendo le medesime preoccupazioni circa i possibili effetti dei processi di globalizzazione dei mercati e degli alimenti, diverse organizzazioni per la promozione della dieta mediterranea hanno fortemente criticato lo spot della RAI in relazione alla denuncia della scomparsa della dieta mediterranea dal Sud Italia e, più in generale, dalla cosiddetta area mediterranea. La rivista online *La Dieta Meditteranea.EU*, ad esempio, ha risposto allo spot intervenendo visivamente sull'ultimo fotogramma (Fig. 6): i caratteri tipografici rossi “Veramente... non si è mai mossa da casa” rispondono provocatoriamente alla domanda scritta a mano che chiudeva lo spot, ri-attestando il regime posizionale che collega la dieta mediterranea a tradizioni e competenze considerate “naturali” e “intrinseche” all’“essere mediterraneo,” piuttosto che a un fare specifico.

2.2. Il cluster Bio-Mediterraneo a EXPO 2015

In occasione di EXPO 2015 (Milano, maggio-ottobre 2015) venne altresì allestito uno specifico cluster *Bio-Mediterraneo – Salute, bellezza e armonia*, volto a “racconta[re]

in modo facile e immediato lo spirito della dieta mediterranea, il valore e il significato dell'incontro, della compresenza e dell'integrazione.”¹⁰

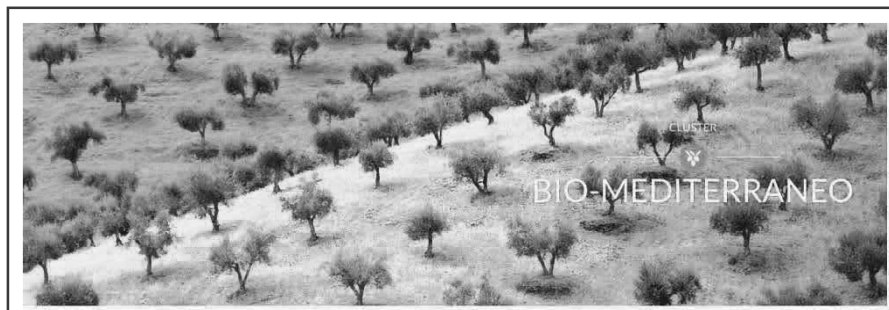


Figura 7. Cluster Bio-Med, pagina web EXPO
(<http://www.expo2015.org/it/esplora/cluster/bio-mediterraneo>).

Oltre alle regioni meridionali italiane, il cluster ospitava Albania, Algeria, Egitto, Grecia, Libano, Malta, Montenegro, San Marino, Serbia e Tunisia, con variazioni evidenti rispetto all'elenco dei paesi inclusi nella Lista dell'UNESCO. Il *trait d'union* in grado di tenere insieme contesti così variegati era proprio la “dieta mediterranea,” rappresentata a livello visivo da una fotografia (Fig. 7) – utilizzata sulla pagina web ufficiale di EXPO – raffigurante un vasto terreno con piante di ulivo, e un piccolo logo azzurro contenente al proprio interno il disegno stilizzato di alcune olive e qualche foglia di ulivo. Il testo verbale concorreva a chiarire la ragione dell'inclusione di simili figure: “Predrag Matvejević ha scritto che il Mediterraneo comincia e finisce dove cresce e dà frutti l'ulivo.” Ancora una volta, quindi, il “carattere mediterraneo” si presenta come caratteristica innata (secondo un regime posizionale), che fa qui riferimento *in primis* alle risorse naturali (mentre la dimensione rituale e tradizionale rimane in secondo piano).

Le risorse naturali, in effetti, svolgevano un ruolo cruciale anche nell'organizzazione spaziale e visiva del cluster: l'edificio, che dall'esterno assomigliava a un nido bianco, rivelava al proprio interno una serie di colori che riflettevano l'attenzione posta sugli elementi naturali. Il pavimento, ad esempio, era colorato con diverse tonalità di blu che ricordavano le sfumature del mare, il quale lambiva i “confini” di tutti i padiglioni dei paesi ospitati. Nella parte centrale dell'edificio cucine all'aperto offrivano ai visitatori selezioni dei prodotti tipici del Mediterraneo (ad esempio olio d'oliva, pane e vino), invitandoli inoltre a prendere parte ad attività di cucina e informazione. Luoghi, cibi e riti tradizionali erano al centro del progetto espositivo, che combinava immagini, testi letterari, materiali audiovisivi e performance dal vivo. Ventuno colonne, infine,

¹⁰ <http://www.expo2015.org/archive/it/esplora/cluster/bio-mediterraneo.html>, ultima consultazione 9 giugno 2017.

sostenevano il soffitto, dando origine a vari itinerari di visita e simboleggiando le colonne d'Ercole, che nella letteratura classica indicavano proprio il limite estremo del mondo conosciuto (corrispondente all'attuale area del Mediterraneo). Un complesso sistema enunciativo, dunque, che poneva in contatto enunciatore (il "Mediterraneo," inteso in senso geografico ma anche culturale, mediante il richiamo al cibo e alle pratiche culinarie e gastronomiche) ed enunciatario (il pubblico, chiamato a entrare in tale spazio e sentirvisi "a casa," come ben simboleggiava la figura del nido) rimarcando e amplificando lo spirito mediterraneo descritto dalla pagina web del cluster.

Conclusioni

Nella prima parte del presente articolo è stato messo in evidenza come, da un punto di vista storico, vi sia stata una transizione da una concezione scientifica (prettamente materiale) della dieta mediterranea – tendenzialmente associata a una valorizzazione pratica e a un regime causale – a una sua reinterpretazione in chiave eminentemente culturale – in genere associata a una valorizzazione utopica, talvolta in compresenza con una valorizzazione ludico-estetica, e un regime posizionale. Entrambe queste posizioni sono facilmente rintracciabili nelle rappresentazioni contemporanee della dieta mediterranea analizzate nei paragrafi precedenti, e rivelano una serie di fattori molto interessanti.

Al di là delle peculiarità di ciascun testo analizzato, si è riscontrata una diffusa insistenza sull'idea di un'idilliaca tradizione rurale "intrinseca" alla dieta mediterranea, la quale risulta essere per lo più rappresentata come un vero e proprio "stato di natura," ovvero un insieme di pratiche, competenze e altri elementi che, pur essendo per definizione "culturali" (un *saper- e poter-fare* potenzialmente acquisibili da qualunque soggetto), vengono ascritti a una presupposta "natura" mediterranea (un *saper- e poter-essere* connaturati a particolari soggetti – e inesorabilmente inaccessibili ad altri) (Stano 2015d). Ciò sembra corroborare la tesi di Ilaria Ventura Bordenca (2015) secondo cui la dieta mediterranea costituisce la "non-dieta" per eccellenza: se le diete comuni si fondano su sistemi di regolazione che impongono una serie di prescrizioni e divieti perentori, imposti dal soggetto stesso o da autorevoli istanze esterne (Grignaffini 2013; Stano 2014), la dieta mediterranea sembra piuttosto costituire un modello nutrizionale sano "per definizione," giacché non richiede di seguire alcuna regola specifica per essere in forma e salute.¹¹ In altre parole, potremmo dire che, mentre le comuni diete paiono

¹¹ A questo proposito, è molto interessante riprendere l'etimologia del termine *dieta* che, derivato dal greco *diata* ("vita, modo di vivere"), è in genere definito come un insieme di norme disciplinanti l'alimentazione o, più in generale, come "regola di vivere confacente alla salute" (Pianigiani 2017). Non a caso, tra i sinonimi di tale sostantivo compare la parola *regime*, la cui radice rimanda al verbo latino *règere*, "dirigere, governare": si tratta di un'"azione o maniera di governare, di amministrare"; in altre parole, di una vera e propria "regola di vita."

richiamare la figura di un *ingegnere* che segue pedissequamente un sistema di regole e divieti imprescindibili, la dieta mediterranea consente al soggetto di agire come un *bricoleur* (Lévi-Strauss 1962; Floch 1990) che inventa soluzioni contingenti riutilizzando e riadattando i vari oggetti (prodotti alimentari, tecniche di preparazione, ecc.) che ha a disposizione. Se le prime sottintendono i regimi della programmazione e della manipolazione, quest'ultima comporta piuttosto l'aggiustamento e l'*alea* (Landowski 2005). Come ha osservato Jean-Jacques Boutaud (2013), inoltre, le diete comuni possono essere distinte in diete che si basano sulla modalità deontica del divieto (*non-dover-fare*) e diete che si basano sulla modalità deontica della prescrizione (*dover-fare*). Al contrario, i testi analizzati illustrano come, nel caso della dieta mediterranea, a un "fare" particolare si sostituisca uno specifico "essere," che contrappone alle prescrizioni autorevoli la spontaneità e il buon senso. Centrale, in simili dinamiche, è il corpo, in continua oscillazione tra dispositivi legati al potere (che lo rendono luogo di intervento, modificazione e produzione in base a strategie globali – diritto e legge – e locali – relazionali, cfr. Foucault 1976) e corpo proprio, insieme ostacolo e stimolo all'utopia del "corpo incorporeo" – come direbbe Foucault (2009) – della mediterraneità. Ciò diventa particolarmente evidente nello spot di Nicola Papparuso (2013): anche se il corpo muscoloso del soldato americano rivela la sua aderenza a una dieta sana e uno stile di vita salutare, egli non è provvisto della leggiadria e della grazia che caratterizzano invece i personaggi italiani. Se il "fare" dipende dalla volontà, l'"essere" mediterraneo è quindi presentato piuttosto come una caratteristica innata, che non può essere acquisita, ma solo "ereditata" *naturalmente*. Anche quando presente (come accade nel finale dello spot del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali), l'apertura verso l'altro non può che riguardare un "assaggio" di tale essere, che rischia persino di avere pericolose ripercussioni sull'essenza mediterranea (come denuncia l'annuncio pubblicitario realizzato dalla RAI). A simili dinamiche si lega sovente la dimensione temporale, che tende a contrapporre una contemporaneità intrinsecamente frenetica e "ortoressica" (Niola 2015) a un edenico passato in cui la salute era connessa ai più adagiati ritmi del piacere e della convivialità a tavola, oltre che a una presunta essenza "naturale." L'idea di natura, in effetti, come discusso sin dall'introduzione e in seguito messo in risalto per ognuno dei testi analizzati, è essenziale in relazione alla concezione della dieta mediterranea. A discapito di simile centralità, tale idea non sembra tuttavia adeguatamente discorsivizzata dagli esempi presi in considerazione, i quali tendono per lo più ad attribuirle i connotati stereotipati di ciò che si contrappone a una "cultura" generalmente intesa nei termini di un processo di "tecnologizzazione," industrializzazione e accelerazione della vita contemporanea.¹²

¹² Al contrario, Philippe Descola (2005) ha mostrato come la tradizionale separazione fra natura e cultura – caratterizzante gran parte delle impostazioni teoriche e metodologiche interne alle scienze

Tali osservazioni rivelano a loro volta una serie di incongruenze significative caratterizzanti l'immaginario collettivo della dieta mediterranea. L'idea stessa di Mediterraneo, ad esempio, è stata descritta da numerosi studiosi come un'"invenzione," o più precisamente come la proiezione di uno "sfondo antico su cui, da Goethe in poi, è stata disegnata l'immagine della modernità" (Niola 2014, 9). La dieta mediterranea rappresenterebbe dunque, in tale prospettiva, un "negoziato tra la storia locale e la convenzione rappresentativa di una mediterraneità concepita altrove, ma che ha finito per influenzare a sua volta le rappresentazioni locali dell'identità alimentare e dell'identità *tout court*" (*ibid.*).

Sebbene lo stile di vita descritto dall'UNESCO e le caratteristiche rimarcate da numerosi studiosi (Moro 2014) risultino storicamente condivise da varie popolazioni dell'area mediterranea, inoltre, non sembra possibile negare le notevoli differenze tra le molteplici diete mediterranee, le quali sono peraltro considerevolmente variegata al loro interno, rendendo impossibili catalogazioni nette e definite. Questo si riflette in particolar modo nell'estrema variabilità dei contesti geografici a cui i diversi testi analizzati fanno riferimento: mentre in alcuni casi il riferimento è limitato al Sud Italia, in molti altri si estende ad altre regioni o anche paesi (ad esempio la Grecia nello spot RAI, e anche l'Albania, l'Algeria, l'Egitto, il Libano, Malta, Montenegro, San Marino, la Serbia e la Tunisia nel caso del cluster Bio-Mediterraneo a EXPO 2015), senza standard condivisi.

Infine, va osservato che tutte le rappresentazioni analizzate paiono basarsi su una concezione a-storica e archetipica della dieta mediterranea, che, in accordo con la definizione fornita dalle Nazioni Unite nel 2012, viene generalmente rappresentata come un modello nutrizionale rimasto "costante" nel tempo e nello spazio (UNESCO 2012). Per contro, come ha rettificato l'UNESCO nel 2013, essa dovrebbe essere concepita piuttosto come un patrimonio "ri-creato" giorno dopo giorno (UNESCO 2013). Tanto i formanti plastici (come la monocromia o l'adozione del *ralenti*) quanto gli elementi figurativi (come i personaggi anziani o macchinari agricoli ormai in disuso) vengono utilizzati negli esempi sopra discussi per rappresentare una tradizione fissa e immutabile, mentre l'evoluzione degli stili di vita è presentata principalmente come una minaccia che destabilizza tale processo di "cristallizzazione." Ciò diventa particolarmente evidente nello spot realizzato dalla RAI nel 2015, il quale contrappone un passato idilliaco e un "modo di essere mediterraneo" naturale, limitato a una zona ben definita (corrispondente al Sud Italia e alla Grecia), alla globalizzazione e alla

umane e imperante nell'immaginario collettivo delle società contemporanee – non abbia più ragione di esistere, né come dato di fatto né come modello concettuale. Si tratta, secondo lo studioso, di un'ideologia moderna che numerosi studiosi occidentali hanno imposto – non sempre fruttuosamente – a società e popolazioni del pianeta di fatto basate su una concezione molto diversa di simili concetti, la cui interpretazione si è rivelata – e in molteplici discorsi mediatici, politici, ecc. continua a essere – sostanzialmente erranea.

modernità, che hanno causato la scomparsa di tale “tradizione” persino dai luoghi dove essa ha avuto origine.

In conclusione, anche se la recente evoluzione del concetto di dieta mediterranea ha portato cambiamenti rilevanti nella sua definizione, conferendo importanza a fattori di ordine sociale e culturale, l'analisi dei casi di studio osservati mostra che l'immaginario collettivo è tuttora ancorato a una visione dominante che, pur essendo in grado di riconoscere e distinguere opportunamente questi fattori, tende a ridurli a una sorta di “naturalezza” presupposta – che, di fatto, costituisce essa stessa una costruzione socioculturale, ovvero una forma di “naturalismo,” l'esito di un processo di forzata naturalizzazione. Se l'attenzione è stata spostata dalle sostanze nutritive alle competenze e alle conoscenze condivise, abbracciando il dominio dei rituali e delle pratiche di preparazione e consumo del cibo, occorre ancora riflettere su un fattore cruciale e per certi versi evidente, ma in qualche modo ancora fortemente trascurato: l'identità mediterranea (tanto dal punto di vista alimentare, quanto in relazione all'identità *tout court*) è il risultato della storia più che della geografia (Montanari 2005). Abbracciare tale prospettiva non significa affatto rifiutare l'idea di una dieta mediterranea “tradizionale,” bensì ammettere che, come qualsiasi altra tradizione, anche questa viene ricreata – e, in certa misura, re-inventata (Hobsbawm e Ranger 1983) – giorno dopo giorno.

BIBLIOGRAFIA

- BARTHES, R. 1961. “Pour une psychosociologie de l'alimentation contemporaine.” *Annales ESC*, XVI/5: 977-86.
- BOUTAUD, J. J. 2013. “Dimagrire in regime mediatico.” In *Dietetica e semiotica. Regimi di senso*, a cura di G. Marrone e D. Mangano, 19-37. Milano-Udine: Mimesis.
- DESCOLA, P. 2005. *Par-delà nature et culture*. Parigi: Gallimard.
- ECO, U. 1975. *Trattato di semiotica generale*. Milano: Bompiani.
- . 1979. *Lector in Fabula*. Milano: Bompiani.
- . 1984. *Semiotica e filosofia del linguaggio*. Torino: Einaudi.
- FERRARO, G. 1998. *L'emporio dei segni*. Roma: Meltemi.
- FLOCH, J.M. 1990. *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies*. Parigi: PUF.
- FONTANILLE, J. (Dir.). 1993. “Les formes de vie.” *RSSI*, 13/1-2 : 5-12.
- FOUCAULT, M. 1976. *Histoire de la sexualité I : La volonté de savoir*. Parigi: Gallimard.
- . 2009. *Le corps utopique - Les hétérotopies*. Parigi: Nouvelles Éditions Lignes.
- GRIGNAFFINI, G. 2013. “Dieta: regime del senso e dei sensi.” In *Dietetica e semiotica. Regimi di senso*, a cura di G. Marrone e D. Mangano, 39-50, Milano-Udine: Mimesis.
- HARRIS, M. 1985. *Good to Eat. Riddles of Food and Culture*. New York: Simon & Schuster.
- HOBBSAWM, E. e T. RANGER. 1983. *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- KEYS, A. 1980. *Seven Countries. A Multivariate Analysis of Death and Coronary Heart Disease*. Cambridge-London: Harvard University Press.

- KEYS, A. e M. KEYS. 1959. *Eat Well and Stay Well*. Garden City: Doubleday.
- . 1975. *Eat Well and Stay Well, the Mediterranean Way*. Garden City: Doubleday.
- LANDOWSKI, E. 2005. "Les interations risquées." In *Nouveaux actes sémiotiques*, 101-103. Limoges : Presses Universitaires de Limoges.
- LANDOWSKI, E. e J. L. FIORIN (a cura di). 1997. *O gosto da gente, o gosto das cosas*. São Paulo: EDUC.
- LEONE, M. (a cura di). 2011. *Immaginario / Imaginary – Monographic issue of Lexia*, 7-8.
- . 2016. "Critique of the Culinary Reason." *Semiotica*, 211: 165-186.
- LÉVI-STRAUSS, C. 1962. *Le totémisme aujourd'hui*. Parigi: PUF.
- . 1965. "Le triangle culinaire." *L'Arc*, 26: 19-29.
- LOTMAN, J. M. 1985. *La semiosfera: l'asimmetria e il dialogo nelle strutture pensanti*, a cura di S. Salvestroni. Venezia: Marsilio.
- MARRONE, G. 2011. *Addio alla Natura*. Torino: Einaudi.
- . 2014. *Gastromania*. Milano: Bompiani.
- MONTANARI, M. 2005. "Continuidad y rupturas, incorporaciones, diversificaciones en la época medieval y la era moderna." In *Sabores del Mediterráneo. Aportaciones para promover un patrimonio alimentario común*. Dirigido por J. Contreras, A. Riera e F. X. Medina, 122-30. Barcelona: Institut Europeu de la Mediterrània.
- . 2006. *Food is Culture*. New York: Columbia University Press.
- MORO, E. 2014. *La dieta mediterranea. Mito e storia di uno stile di vita*. Bologna: Il Mulino.
- NESTLE, M. 1995. "Mediterranean Diets: Historical and Research Overview." *The American Journal of Clinical Nutrition*, 61/6: 1313-1320.
- NIOLA, M. 2014. "Prefazione." In *La dieta mediterranea. Mito e storia di uno stile di vita*, a cura di E. Moro, 7-11. Bologna: Il Mulino.
- . 2015. *Homo dieteticus. Viaggio nelle tribù alimentari*. Bologna: Il Mulino.
- OLDWAYS. n.d. "History of the Mediterranean Diet Pyramid." Ultima consultazione: 9 giugno 2017. <https://oldwayspt.org/history-mediterranean-diet-pyramid>.
- PERULLO, N. 2008. *L'altro gusto*. Pisa: ETS.
- SEDDA, F. 2016. "Glocal and Food. On Alimentary Translation." *Semiotica*, 211: 105-25.
- SHAPIN, S. 2003. "How to Eat Like a Gentleman: Dietetics and Ethics in Early Modern England." In *Right Living: An Anglo-American Tradition of Self-Help Medicine and Hygiene*, edited by C. E. Rosenberg, 21-58. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- STANO, S. 2014. "Tra regimi dietetici e regimi di senso. Il ruolo del linguaggio iconico nelle diete degli *health and fitness magazines*." *Lexia*, 17-18: 341-63.
- (a cura di). 2015a. *Cibo e identità culturale – Lexia*, 19-20.
- . 2015b. *Eating the Other. Translations of the Culinary Code*. Newcastle-upon-Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- . 2015c. "From Nutrients to Foods." *Essachess – Journal for Communication Studies*, 8/ 2(16): 115-32.
- . 2015d. "Il crudo, il cotto e l'autentico: il cibo fra natura e naturalizzazione." In *Dire la natura. Ambiente e significazione*, a cura di G. Ferraro et al., 421-428. Roma: Aracne.
- TYLOR, E.B. 1871. *Primitive Culture*. London: John Murray.
- UNESCO. 2012. "Mediterranean diet." Ultima consultazione: 9 giugno 2017. <http://www.unesco.org/culture/ich/en/RL/00884>.
- UNESCO. 2013. "Mediterranean diet." Ultima consultazione: 9 giugno 2017. <http://www.unesco.org/culture/ich/RL/00884>.
- VENTURA BORDENCA, I. 2015. "'Questa non è una dieta'. Linguaggi e strategie del dimagrimento." In *Buono da pensare*, a cura di G. Marrone, 199-236. Roma: Carocci.

VOLLI, U. 2011. "L'immaginario delle origini." *Lexia*, 7-8: 31-61.

—. 2015. "Foreword" to *Eating the Other. Translations of the Culinary Code*, a cura di S. Stano, xiii-xvi. Newcastle-upon-Tyne: Cambridge Scholars Publishing.